

ГЕНЕЗІС ПОНЯТТЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Вступ. Ключова роль конкурентоспроможності в сучасному світі пояснює інтерес, що посилюється, до дослідження цієї економічної категорії. Саме тому сьогодні питання конкурентоспроможності знаходяться в центрі уваги наукових та присвячено значну кількість наукових досліджень та опублікованих наукових праць.

Постановка задачі. В економічній літературі зустрічаються різні трактування щодо визначення цього поняття. Але слід визнати, що дана категорія залишається складною, багатоаспектною, що не має універсального формулювання [1–11]. Виявлені проблеми обумовлюють подальше уточнення понятійного апарату конкурентоспроможності.

Результати. Для визначення поняття конкурентоспроможності слід зрозуміти суть та взаємозв'язок словотворчих та похідних термінів. Характер взаємозв'язку основних категорій конкурентоспроможності представлено на рисунку 1. В таблиці 1 розкрита сутність запропонованих визначень конкуренції за трьома підходами: поведінковим, структурним та функціональним.

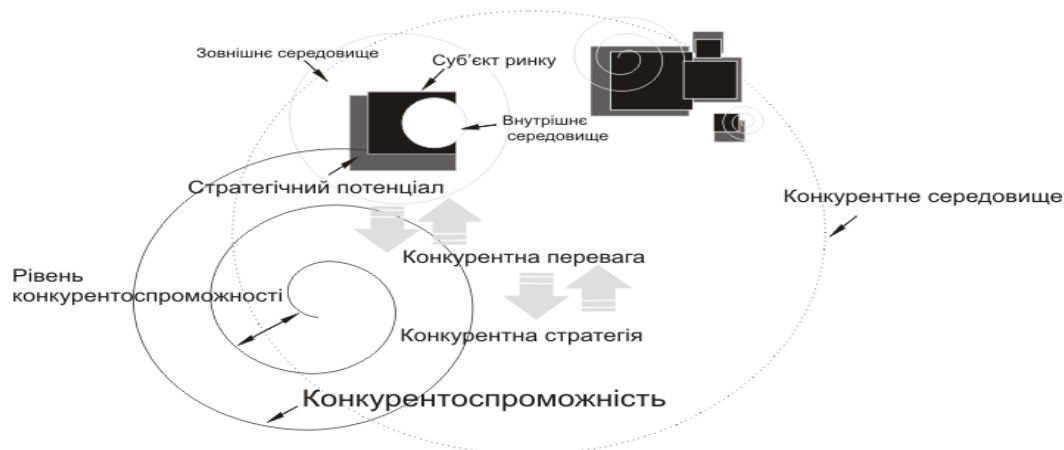


Рисунок 1 - Характер взаємозв'язку основних категорій конкурентоспроможності

Таблиця 1 – Дослідження визначень поняття конкуренція

Назва підходу, представники	Сутність поняття
Поведінковий підхід (А.Сміт, Сеніор, Кернс)	Конкуренція розглядається як елемент ринкового механізму, найважливіший чинник, властивий товарному виробництву, заснованому на приватній власності на засоби виробництва, боротьба між приватними товаровиробниками за найбільш вигідні умови виробництва і збуту товарів і, одночасно, механізм стихійного регулювання пропорцій суспільного виробництва
Структурний підхід (Ф.Еджуорт, А.Курно, Дж.Робінсон, Э.Чемберлін, Моїсєєва Н.К., Юданов А.Ю., Фатхутдінов Р.А.)	Конкуренція в даному визначенні розуміється як особливий вид чесної економічної боротьби, у якій при наявності рівних шансів у кожної із сторін, що претендують, верх бере більш уміла, заповзятлива, здатна сторона; боротьби за кращі умови виробництва і реалізації продукції, купівлі і продажу товарів; боротьби за частку ринку, одержання максимального прибутку чи за досягнення інших конкретних цілей
Функціональний підхід (Й. Шумпетер, Ф. фон Хайек)	Конкуренція як боротьба старого з новим. Цю боротьбу ведуть підприємці - організатори виробництва, що прокладають нові дороги, що здійснюють нові комбінації чинників виробництва; конкурентними можуть бути тільки нові товари, нові технології, нові джерела забезпечення потреб, нові типи організації

В таблиці 2 наведені визначення поняття конкурентної переваги з погляду різних підходів: компаративного, ресурсного, ціннісно – компетенційного.

Таблиця 2 – Визначення поняття конкурентна перевага

Назва підходу, представники	Суть поняття
Компаративний підхід С. Попов, Г. Азоєв	Головна риса підходу - прояв властивості відносності конкурентної переваги, тобто переваги над конкурентами
Ресурсний підхід М. Портер, В. Маркова, М.Книш, Б. Карлоф, А.Градов	Конкурентні переваги - сукупність факторів, що визначають успіх або неуспіх підприємства в конкуренції; продуктивність використання ресурсів

Ціннісно - компетенційний підхід Ф.Котлер, Ж. Ламбен, Р. Фатхутдінов , А. Шегда, В. Немцов, А. Довгань, В. Оберемчук	Конкурентна перевага - це певна ексклюзивна цінність, властива системі, яка надає їй перевагу над конкурентами
---	--

Що стосується саме визначення самого поняття "конкурентоспроможність", слід визнати, що на даний час в економічній літературі існує чимала кількість визначень (таблиця 3).

Таблиця 3 – Дослідження літературних джерел щодо визначення поняття конкурентоспроможності

Автор	Сутність поглядів
М. Портер [6]	Розглядає конкурентоспроможність як сукупність конкурентних переваг як на внутрішньому так і на світовому ринках і стверджує, що вона залежить в основному від факторів, що формуються в країні.
Р. А.Фатхутдінов [10]	Конкурентоспроможність – це властивість об'єкта, яка характеризується ступенем реального або потенційного задоволення ним конкретної потреби порівняно з аналогічними об'єктами, які репрезентовано на цьому ж ринку
Ф. Котлер [11]	Конкурентоспроможність є не стабільною, а змінною властивістю системи (конкурентні переваги послідовно змінюватимуть одна одну). Розглядає конкурентоспроможність як унікальне поєднання, комплекс конкурентних переваг, що підсилюють одна одну і групуються навколо однієї центральної ідеї
Ж.-Ж. Ламбен [12]	Розглядає конкурентоспроможність як сукупність конкурентних переваг – зовнішніх, заснованих на ринковій силі, зумовлених пропозицією покупцю підвищеної цінності, і внутрішніх, що базуються на продуктивності і, як наслідок, на нижчих витратах.
Б. Карлоф [13]	Можливість ефективного функціонування виробничо - господарської системи в конкурентному оточенні формується за рахунок численних факторів, тобто конкурентна перевага визначається

	ефективністю використання елементів стратегічного потенціалу
Г. Хамел, К. Прахалад [14]	Конкурентоспроможність - це механізм розвитку
І. Ансофф [15]	Конкурентоспроможність суб'єкту як успіх у конкурентній боротьбі на довгострокову перспективу має бути досягнутий за допомогою сукупності раніш передбачених і контрольованих дій у кожній із сфер бізнесу
Л. Андрєєва, Е. Миргородська [16]	Конкурентоспроможність – активний стан економічної системи, коли формуються її конкурентні переваги - є основою для розвитку суспільства, яке виступає не як співтовариство окремих економічних суб'єктів, а як єдиний і цілісний організм
І. П. Данілов [17]	Конкурентоспроможність як рух, сила розвитку суспільства та як основа існування
Л. В. Балабанова [18]	Конкурентоспроможність окремого товару, тобто краще, порівняно з товарами-конкурентами, співвідношення сукупності якісних і вартісних характеристик товару за їх відповідності умовам ринку (певного сегменту), що забезпечує максимальне задоволення потреб і створює перевагу товару на конкурентному ринку; Конкурентоспроможність підприємства – його здатність ефективно адаптуватися до змін конкурентного маркетингового середовища, використовувати свої сильні сторони і концентрувати свої зусилля на пріоритетних напрямках роботи, тобто конкурентоспроможність підприємства відбиває можливість ефективної фінансово-господарської діяльності та прибуткової реалізації комплексу заходів, які воно має у своєму розпорядженні, з метою досягнення позицій лідера в умовах конкурентного ринку

Базуючись на літературному обзорі, можна зробити наступні висновки: конкурентоспроможність багаторівнева економічна категорія; це поняття має властивість універсальності і поширюється як на об'єкти ринкових відносин (товар, послуга), так і на суб'єкт (організація, галузь, країна в цілому); конкурентоспроможність об'єктів та суб'єктів

господарювання знаходиться в динамічному та нестійкому стані у зв'язку з мінливим конкурентним середовищем.

Насамперед різноманіття існуючих підходів до поняття конкурентоспроможності в економічній літературі найчастіше обумовлено наступними чинниками: еволюцією економічної думки; особливостями постановки завдання і мети дослідження; предмету дослідження; об'єкту конкуренції; масштабу діяльності; відсутністю ієрархії за рівнями управління (підприємство, галузь, регіон, країна).

В таблиці 4 наведено етапи конкуренції на прикладі конкурентоспроможності підприємства. Розбіжності, що обумовлені історичним часом можна вважати об'єктивними, щодо вибору об'єкту чи суб'єкту дослідження з визначеною часткою умовності конкурентоспроможність як складна економічна категорія може бути розглянута на декількох рівнях (рисунок 2).

Таблиця 4 – Еволюція конкурентоспроможності підприємства

Теорії	Конкурентні переваги	Характеристика визначення, основні положення
Теорія абсолютних переваг (А. Сміт)	Абсолютні рівні витрат виробництва	В обміні перевагу одержують ті суб'єкти, що виробляють продукцію з меншими витратами
Теорія відносних переваг (Д. Рікардо)	Відносні рівні витрат виробництва	
Теорія інституціоналізму (Т.Веблен)	Людський потенціал	Конкурентоспроможність продукції, підприємств, регіонів, країн забезпечують люди. В процесі розвитку, самоствердження особистості, підвищення кваліфікації індивід конкурує з оточуючими, що забезпечує зріст добробуту і професійний зріст для нього особисто та підвищення якості труда для підприємства в аспекті конкурентоспроможності

Теорія співвідношення факторів (Е. Хекшер, Б. Олін)	Відмінність у факторах виробництва і їх ефективне застосування	Конкурентоспроможність – можливість найбільш повної й ефективної господарчої діяльності та її практичної прибуткової реалізації в умовах конкурентного ринку за рахунок використання надлишкових факторів виробництва
Інноваційна теорія (І. Шумпетер)	Інновації та підприємництво	Конкуренція - це важлива складова розвитку суспільства(від індивіда до міжнародних суб'єктів), що включає як матеріально-речовинні складові, так і соціальні складові
Теорія еволюційного розвитку органічного світу (Ч.Дарвін)		
Теорія конкурентних переваг (М. Портер)	Продуктивність у використанні факторів на різних стадіях конкурентоспроможності	Конкурентоспроможним вважається такий стан товаровиробника, при якому ефективне використання факторів забезпечує перевага над конкурентами на конкретному ринку в даний період часу
Теорія глобального випередження конкурентів (Г. Хамел, К. Прахалад)	Ключові компетенції, інтелектуальне лідерство	Конкурентоспроможність - стан суб'єкту господарювання, що забезпечується використанням ключових компетенцій – різних унікальних поєднань (цінні ресурси підприємства)



Рисунок 2 – Характеристика рівнів конкурентоспроможності

Висновок. Приведене структурування суб'єктів конкурентної боротьби, а також факторів і характеристик конкурентоспроможності

Аналізуючи отримані дані слід зазначити, що кожне із існуючих визначень конкурентоспроможності допустимо, але не є універсальним та вичерпним. Враховуючи позитивні риси визначень та виявлені недоліки наведемо своє визначення конкурентоспроможності, відмінністю якого є те, що це не спроможність до конкуренції, як наполягають більшість дослідників. Конкурентоспроможність – стан суб'єкта господарювання, який дозволяє задовольняти певні інтереси власників, персоналу, споживачів, партнерів, у тому числі й держави у порівнянні з іншими суб'єктами ринку більш привабливими засобами або за більш привабливими (ефективними) умовами (рисунок 3).



Література: 1. Антонюк Л.Л. Міжнародна конкурентоспроможність країн: теорія та механізм реалізації [Текст] / Монографія / Антонюк Л.Л.. - К.: КНЕУ, 2004.-275 с. 2. Астахова И. Повышение конкурентоспособности изделий [Текст] // Бизнес Ин-форм. - 1997. -№21. 3. Воронкова А.Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия [Текст] : диагностика и организация / за заг. ред. проф. А. Е. Воронковой. - Луганск: Изд-во Восточно-украинского нац. ун-та, 2000. -315 с. 4. Гранатуров В.М., Осипов В.М. Усовершенствование системы определений в сфере конкурентоспособности [Текст] //

Економіка промисловості. -Донецьк, 2005. -N3. 5.Осипов В.Н., Диленко В.А., Стрелец А.А. Оценка конкурентоспособности продукции производственного назначения [Текст]. - Одесса: Ин-т проблем рынка и экон.-экол. исслед. НАН Украины, 2001. -152 с. 6. Портер, М. Э. Конкуренция [Текст] : пер. с англ. – М. : Вильямс, 2003. – 496 с. : ил. – Парал. тит. англ. ISBN 5-8459-0055 7. Роль держави у довгостроковому економічному зростанні [Текст] / За ред. Б.Є. Кваснюка.-К.:ІЕП,2003. 8. Азоев Г. Л., Челенков А. П. Конкурентные преимущества фирмы [Текст] - М.: ОАО «Тип «НОВОСТИ», 2000.- 256 с. 9. Оберемчук В. Ф. Стратегія підприємств [Текст].- К.: МАУП, 2000.- 128 с.10. Фатхутдинов, Р. А. Стратегический маркетинг [Текст] / Р. А. Фатхутдинов. – 2-е изд., перераб. и доп. – СПб. : Питер, 2002. – 439 с. – 206 с. ISBN 5-94723-165-4. 11. Котлер, Ф. Маркетинг от А до Я [Текст] / Ф. Котлер ; пер. с англ. под ред. Т. Р. Тэор. – СПб. : Нева, 2003. – 224 с.12. Ламбен, Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок [Текст] / Ж.-Ж. Ламбен ; пер. с англ. под ред. В. Б. Колчанова. – СПб. : Питер, 2004. – 800 с. : ил. – (Серия «Классика MBA»).13. Карлоф, Б. Деловая стратегия: [Концепция, Содержание, Символы] [Текст]: пер. с англ. / Б. Карлофф. – М. : Экономика, 1991. – 239 с. . – 248 с. ISBN 5-7749-0077-0. 14. Хамел Г., Прахалад К. Конкурируя за будущее [Текст]. - М.: Олимп-бизнес, 2002.- 216 с.15. Ансофф, И. Новая корпоративная стратегия [Текст] / И. Ансофф. – СПб. : ПитерКом, 1999. – 416 с. – (Серия «Теория и практика менеджмента»). ISBN 5-314-00105-5. 16. Андреева Л. Миргородская Е. Взгляд на системную конкурентоспособность как доминанту устойчивого развития экономики [Текст] // Экономист. -М.. - 2004. -N1. 17. Данилов И.П. Проблемы конкурентоспособности электротехнической продукции. М.: Пресс-сервис, 1997.- 129с.18. Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств [Текст] : стратегічний підхід : монографія / Л. В. Балабанова, В. В. Холод. – Донецьк : ДонДУЕТ ім. Туган-Барановського, 2006. – 294 с.